

tungen.

Wissenschaft

Zentrum für Soziale Investitionen gegründet

Am 1. Juli wurde an der Universität Heidelberg das *Center for Social Investment (CSI)* gegründet. Es hat sich zum Ziel gesetzt, universitäres Center of Excellence zur Forschung und Lehre zu sozialen Investitionen in Europa zu werden. Formen und Leistungen des Stiftungswesen, der Zivilgesellschaft, der sozialen Ökonomie und des sozialen Unternehmertums stehen im Mittelpunkt. Wissenschaftlicher Direktor ist Prof. Dr. Helmut K. Anheier. Vier Stiftungen sind an der Finanzierung beteiligt. Näheres unter www.csi.uni-hd.de.

Aus der Branche

Alte Handys bringen Geld

Die im April 2003 von *Vodafone* gestartete Handy-Recycling-Kampagne hat nach Angaben der Firma gemeinnützige Organisationen in Deutschland mit einem zusätzlichen Spendenaufkommen von knapp 800.000 Euro versehen. Der Mobilfunkanbieter spendet für jedes abgelieferte Telefon fünf Euro. Zuletzt konnte sich die *Lebenshilfe* über rund 10.000 von Berliner Bürgern abgegebenen Alt-Handys freuen. Vodafone übergab der Organisation, die sich für Menschen mit geistiger Behinderung einsetzt, 50.000 Euro.

Die bundesweit acht Vodafone-Niederlassungen sammeln ausgemusterte und defekte Handys, die Verbraucher kostenlos in dafür vorgesehenen Recyclingtüten entweder direkt in einem Vodafone-Shop abgeben oder per Post einsenden können. Um die fachgerechte Entsorgung der Mobiltelefone kümmert sich die Firma Greener Solutions. Die ursprünglich auf 100.000 Handys in 100 Tagen ausgelegte Aktion hat der Mobilfunkkonzern mittlerweile auf unbestimmte Dauer verlängert.

Die von Vodafone pro Handy gespendeten Gelder fließen 13 regional aktiven Organisationen zu – entsprechend dem regionalen Aufkommen abgegebener Mobiltelefone. Unter den gemeinnützigen Einrichtungen finden sich die SOS Kinderdörfer Niederrhein und Sauerland und der Sonnenstrahl e.V. Dresden – ein Förderverein für krebserkrankte Kinder und Jugendliche.

Erster bundesweiter Gospel-Spenden-Marathon

Am 2. September fällt in Düsseldorf anlässlich des größten deutschen Festivals für Gospel (Gospelkirchentag) der Startschuss zum „ersten deutschen Gospel-Spenden-Marathon“. Bis zum Frühjahr 2008 sollen rund 100 Gospelchöre aus dem ganzen Bundesgebiet Spendenaktionen zugunsten blinder, augenkranker und anderweitig behinderter Menschen in Brasilien durchgeführt haben. Assíria,

eine der bekanntesten Gospelsängerinnen Brasiliens, hat die Schirmherrschaft übernommen. Sie ist mit der Fußball-Legende Pelé verheiratet und engagiert sich bereits seit längerer Zeit für das von der *Christoffel-Blindenmission (CBM)* geförderte Augenkrankenhaus in Recife, in dem unter anderem starblinde Menschen durch eine Operation wieder sehend gemacht werden.

Jeder kann beim Marathon mitmachen. Chöre haben die Möglichkeit, durch Benefizkonzerte oder andere Spendenaktionen den Marathon in Bewegung zu bringen. Aber auch Einzelspenden treiben das Spendenbarometer unter www.gospel-spenden-marathon.de nach oben.

CARE packt Überraschungspakete

Zum 60. Geburtstag hat sich *CARE International Deutschland* mit dem Online-Marktplatz *eBay* eine Jubiläumsaktion gestartet. Seit dem 11. Mai werden insgesamt 60 Überraschungspakete versteigert, die Prominente zu Gunsten von CARE gepackt haben. So wurde ein privates Candle-Light-Dinner mit dem Bestsellerautor Roger Willemssen von einem Online-Bieter für 2.810 Euro ersteigert; eine Komparsenrolle in der „Lindenstraße“ war begeisterten Fernsehguckern 1.565 Euro wert, während es eine persönliche Führung von CARE-Schirmherrin, Prof. Dr. Rita Süßmuth, durch den deutschen Bundestag nur auf 402 Euro brachte. Sechs Staffeln mit je zehn Paketen sind für 2006 geplant. Zu den weiteren Prominenten, die mitpacken, gehören Udo Jürgens, Wolfgang Niedecken, Bill Ramsey, Franz Müntefering und Heidemarie Wiczorek-Zeul, Horst Schroth, Bruno Jonas, Ottfried Fischer, Dieter Luhr, ganze Bundesliga-Vereine, wie Schalke 04 und der FC St. Pauli. Die nächste Runde beginnt am 15. August. Weitere Infos auf www.care.de.

Schweizerische Post steigt bei GHP ein

Die *GHP Holding GmbH* in Bamberg hat einen strategischen Partner gefunden. Sie wird in Zukunft mehrheitlich der *Schweizerischen Post* gehören. Seit dem Management-Buy-out bei GHP im Dezember vergangenen Jahres war die Firma auf der Suche nach einem Investor. Dabei ging es insbesondere darum, den Kunden einen starken Partner präsentieren zu können, der die Verlässlichkeit von GHP unterstreicht. Insgesamt werde GHP größtenteils eigenständig bleiben, so Geschäftsführer Reinhard Holekamp in einem Rundschreiben. Für die nächsten Jahre sei vereinbart, die Unternehmensgruppe als Ganzes unter der bewährten Führung bestehen zu lassen.

GHP ist eine internationale Unternehmensgruppe für ganzheitliches Dialog-Marketing und Kundenmanagement mit Kunden auch im Non-Profit-Bereich, darunter dem *Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge*.

Stiftungsmarke für CCF Kinderhilfswerk

Mit der *ChildFund Stiftung* möchte *CCF Kinderhilfswerk* in Nürtingen um Großspender werben. Die Stuttgarter

Kommunikationsagentur *faktor* von Dr. Oliver Viest hat die neue Marke für den deutschen Spendenmarkt entwickelt. Dazu gehört neben dem Logo die soeben veröffentlichte Stiftungsbroschüre mit eigener Text- und Bildwelt.

Seit vielen Jahren engagiert sich CCF Kinderhilfswerk für bedürftige Kinder in benachteiligten Regionen der Welt. Die neu zu gründende Stiftung soll langfristig angelegte und außergewöhnliche Projekte unterstützen. Die von *faktor* entwickelte Stiftungsbroschüre möchte potenzielle Spender über die Möglichkeiten der ChildFund Stiftung informieren und darüber zum Spenden anregen.

Die redaktionelle Konzeption erfolgte in enger Zusammenarbeit mit CCF Kinderhilfswerk. Mit dem Claim „Auf eigenen Füßen stehen“ sowie spielerischen illustrativen Elementen hat *faktor* lebendige Akzente für den Markenauftritt der Stiftung gesetzt. Textlich wie gestalterisch unterstreicht die Broschüre die Seriosität und Erfahrung, die schon heute hinter der neuen Marke ChildFund Stiftung stehen. Ein Dialogabschnitt sowie ein integrierter Zeichnungsbrief machen es Interessenten leicht, Kontakt zur Stiftung aufzunehmen.



Neue Anschrift

Die *Fundraising Marketing Competence Group GmbH* zieht um. Neue Adresse ab 21. August 2006: 1100 Wien, Davidgasse 82-90/Top 2. Telefon- und Faxnummern, Mail-Adressen etc. bleiben unverändert.

Fundraising-Treffs

2. Fundraising-Exkursion in Würzburg

„Die Vernetzung unter Fundraisern ist wichtig.“ Diese Erkenntnis war die Klammer bei der 2. Fundraising-Exkursion der Würzburger Regionalgruppe des *Deutschen Fundraising Verbandes*. Eine Gruppe von Fundraisern und Interessierten besuchte am 14. Juli den *Caritasverband für die Diözese Würzburg*, den *Bundesverband für die Rehabilitation der Aphasiker e.V.* und die *DAHW Deutsche Lepra- und Tuberkulosehilfe e.V.*

Dr. Ludger Heuer, Referent für Öffentlichkeitsarbeit beim Caritasverband für die Diözese Würzburg stellte die „Aktion Restcent“ vor: Mitarbeiter des Caritasverbandes treten freiwillig den monatlichen „Restcentbetrag“ auf ihrem Lohnzettel zugunsten sozialer Projekte ab. Beim Start im Jahre 2003 waren noch einige EDV-technische Probleme zu bewältigen. Mittlerweile nehmen über 1.200 Mitarbeiter an der Spendenaktion teil. „Die Aktion Restcent setzt sich immer mehr durch. Im letzten Jahr wurden mit den Spendenmitteln von über 15.000 Euro drei inter-

nationale Projekte unterstützt“, so Heuer zum Abschluss.

Obwohl die Teilnehmer pünktlich beim Aphasikerzentrum für die Region Unterfranken im Stadtteil Grombühl ankamen, waren sie noch 6 Kilometer vom Ziel entfernt – trotz elektronischer und menschlicher Navigationssysteme. Der eigentliche Gastgeber, der Bundesverband für die Rehabilitation der Aphasiker e.V. hat sein Domizil im Stadtteil Heidingsfeld. Nach der verspäteten Ankunft stellte Petra Backes, Fundraiserin bei den Aphasikern, ihre vielfältigen Aufgaben vor. Backes erläuterte, wie die verschiedenen Zielgruppen angesprochen und für die wichtige Arbeit bei den Aphasikern überzeugt werden. Als Resümee meinte sie: „Nur gemeinsam können die Haupt- und Ehrenamtlichen ihre gesteckten Ziele erreichen.“

„Lepra und Tuberkulose sind keine ausgestorbenen Krankheiten, vielmehr nehmen diese aktuell wieder zu,“ so Florian Hundhammer und Daniela Maid, Fundraiser beim DAHW Deutsche Lepra- und Tuberkulosehilfe e.V. Mit regelmäßigen Spendenaufrufen wirbt das DAHW Spenden ein, um in Asien, Afrika und Lateinamerika Projekte zu unterstützen. Denn mit entsprechenden Medikamenten und ärztlicher Versorgung sind Lepra und Tuberkulose heilbar. Die Exkursionsgruppe konnte die aktuellen



Der Würzburger Fundraising-Treff bei den Aphasikern. Im Bild von links: Peter Maier-Schwier (Firma Enter und Sponsor der Treffs), Regina Pavan (Deutsche Post AG), Gertrud Remling (Telefonseelsorge + Krisendienst WÜ), Florian Hundhammer (DAHW), Petra Backes (Bundesverband Aphasie e.V.), Daniela Maid (DAHW).

Mailing-Konzepte einsehen und diskutierte sehr angeregt darüber.

Alle Teilnehmer waren sich beim Ausklang im Hofgarten-Biergarten einig, dass nur mit einer Vernetzung innerhalb der Organisation, aber auch nach außen zu anderen Kollegen erfolgreiches Fundraising möglich ist. Zur besseren Vernetzung untereinander ist das nächste Treffen der Regionalgruppe Würzburg bestens geeignet: Am Freitag, 26. September, im Direktmarketing Center der *Deutschen Post*, Bahnhofplatz 2 in Würzburg. Thema des Abends sind „Mailings“.